مجلة المعيار ISSN :1112-4377
مجلد:28 عدد:1 (رت 75) السنة: 2024

أساليب الاقناع في القرآن الكريم: محاولة تحليلية لإثراء النقاشات العلمية

Persuasive methods in Quran: an analytical attempt to enrich scientific discussions

أ.د. نصرالدين بوزيان[1]
جامعة قسنطينة 3
مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة
nasreddine.bouziane@univ-constantine3.dz

تاريخ الوصول 2023/11/09 القبول 2023/12/27 النشر على الخط 2024/01/15
Received 09/11/2023 Accepted 27/12/2023 Published online 15/01/2024

ملخص:

حظي الاقناع باهتمام الأبحاث والدراسات العلمية التي قدمت العديد من المساهمات والتصورات المساعدة على بيان أساليبه والتقنيات الممكن توظيفها لزيادة فرص حدوثه. وتعددت المساهمات العلمية لتشمل تخصصات ومجالات عديدة تجارية، سياسية، نفسية، اتصالية وغيرها.

وبرغم الثراء المعرفي في التصورات الغربية المنشأ، ينطلق المقال من أن تدارس النص القرآني من شأنه أن يفتح آفاقا هامة في فهم أساليب الاقناع وإثراء الرصيد العلمي والمعرفي حول الموضوع. وعليه نحاول من خلال هذا المقال الاستفادة من الخلفية العربية الاسلامية في تبيين ما أمكن من أساليب إقناعية ومحاولة اثراء الأبحاث والتراثين العلمي والمعرفي حول الاقناع وأساليبه والتصورات المتصلة به.

ولقد توصل البحث إلى بيان جزء من الثراء المتميز الذي يمكن استخلاصه في فهم الاقناع القرآني وأساليبه الثرية والمتعددة والآفاق المهمة لإثراء دراسات الاقناع والاتصال ككل تصوريا وإجرائيا.

الكلمات المفتاحية: أساليب الاقناع؛ الاقناع في القرآن؛ الأساليب الإقناعية القرآنية؛ دراسات الاقناع.

Abstract:

Persuasion represents one of the subjects that were widely studied; there are several contributions and scientific representations helping the understood of persuasion, persuasion's techniques and how to be more persuasive.

This article analyzes the Quranic methods of persuasion and attempts to open new perspectives in the understanding of persuasion.

The results obtained reveal the richness of methods, the diversity of styles and the possibility of founding new conceptions and approaches in the study of persuasion and communication.

***Keywords:**. Persuasive communication, Persuasive methods, Quranic persuasion, Quranic methods, persuasion studies.*

---

[1] المؤلّف المراسل: أ.د/ نصرالدين بوزيان البريد الإلكتروني: **nasreddine.bouziane@univ-constantine3.dz**

1. مقدمة:

يعتبر الاقناع أحد أهم الغايات التي تستهدفها العمليتان الإعلامية والاتصالية. وبحكم أهميته حظي الاقناع بالعديد من المساهمات العلمية والمعرفية منها ما تهيكل في شكل نظريات ونماذج ومنها ما لم يرتق لذلك وأصبح متعارفا عليه في شكل تقنيات أو أفكار مهيكلة لعناصر ومسميات تعنى بمحاولة الاحاطة بالإقناع كموضوع للعلم والمعرفة. وفي هذا الصدد يلاحظ وجود العديد من المراجع والأدبيات العلمية المفيدة، نذكر منها كتاب "الاتصال الاقناعي" لمؤلفيه "ستيف" و"مونيو" الذي صدرت طبعته الثانية في 2002 وهو يعد مقدمة مهمة في دراسات الرسائل الإقناعية وتأثيراتها لاسيما في ظل تضمينه مفاهيم وتصورات عملية تستعين بالخلفيات البحثية والنظرية[1]، وصدرت طبعته الثالثة المحينة في 2016 متيحة هي الأخرى كما معرفيا يؤسس لتحليل ونقد الاستمالات الإقناعية[2].

وبشكل عام، يقف الباحث المهتم بالإقناع على ثراء وتعدد المداخل النظرية والتخصصات العلمية التي عنيت به، بحيث نجده في العلوم السياسية، التسويق، المناجمنت، علم النفس، علم الاجتماع...، وهو ما يبرز مرة أخرى أهمية الاقناع بالنسبة للعديد من التخصصات ويبرز من جهة أخرى تعدد المشارب والإسهامات وثراء الأفكار المتصلة به.

ورغم تعدد وتنوع الإسهامات العلمية، يظل الاقناع بحاجة لمزيد من الأبحاث والدراسات لسببين على الأقل:

أولا: رغم الكم المعرفي المتاح، يبدو أنه من الصعب اعتبار أن ما توصل إليه العلم كاف ويقدم إحاطة وافية لفهم الاقناع كعملية حيوية تتباين سياقاتها المكانية والزمانية، وعواملها النفسية والاجتماعية ورهاناتها السياسية والاقتصادية وخلفياتها الثقافية، فالإقناع كموضوع للبحث بحاجة إلى مزيد من الأبحاث لتحقيق المزيد من التقدم العلمي في فهم أسبابه وكيفيات حدوثه وآثاره ومدى ديمومته.

ثانيا: يلاحظ أن الكم المعرفي المتاح يعبر أساسا عن تصورات غربية هي في منشئها وتطورها نتاج أبحاث ودراسات حركتها احتياجات تجارية اقتصادية، محطات سياسية على غرار الحرب العالمية الأولى[3] وعدد من الاستحقاقات الانتخابية على غرار الدراسات التي قام بها "بول لازرسفيلد" كـ"خيار الشعب"[4] و"الشعب ينظر للإذاعة"[5]. وأيضا وبشكل عام لا تنطلق مجمل الأبحاث المتصلة بالإقناع من خلفيات أو نصوص دينية في تدارس العملية الإقناعية.

وعليه وفي ظل هذه الفجوة المعرفية، يحاول هذا المقال الانطلاق من النص القرآني لمحاولة تبيين ما أمكن من أساليب إقناعية ومحاولة الاستفادة من الخلفية العربية الاسلامية في إثراء الأبحاث والتراثين العلمي والمعرفي حول الاقناع وأساليبه والتصورات المتصلة به.

---

1 - James B. Stiff, Paul A. Mongeau. Persuasive Communication. 2nd Edition. The Guilford Press. New York/London. 2002.

2 - James B. Stiff and Paul A. Mongeau. Persuasive Communication. Third Edition. The Guilford Press. New York/London. 2016.

3 - Adrienne Shaw , Katherine Sender, Patrick Murphy. Critical Audience Studies. In : Communication. Published online: 20 November 2018, Retrieved from : https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.619

4 - Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson, and Hazel Gaudet. The people’s choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign. New York: Duell, Sloan, and Pearce, 1944..

5 - Paul F. Lazersfeld, Harry Field. *The people look at radio*. National Opinion Research Center. 1946.

فما هي أبرز الأساليب الإقناعية المستخدمة في القرآن الكريم؟ وما هي أهم الآفاق القرآنية الممكن الاستفادة منها في تحسين المعرفة العلمية بأساليب الاقناع؟

وللإجابة على هذا التساؤل المركب، نحاول بداية التوقف عند أبرز الصعوبات التي تؤثر على سيرورة البحث في بيان الأساليب الإقناعية القرآنية، ليتم بعدها التطرق لعنصر الاقناع وأساليبه بين المرجعيتين الغربية والعربية ومحاولة بيان أهم التباينات المفاهيمية والتصورية، ليتم في الأخير التركيز على الأساليب الإقناعية القرآنية بين الاجتهادات الموجودة والآفاق الممكنة.

2. دراسة أساليب الاقناع القرآني: ثلاث صعوبات محورية

تمثل دراسة أساليب الاقناع الواردة والمستخدمة في القرآن الكريم تحديا علميا ومعرفيا يضع الباحث أمام بعض التعقيدات والصعوبات، في هذا المقال استوقفتنا ثلاثة أنواع محورية من الصعوبات التي كان من الضروري التعامل معها للمضي في البحث:

أولا: الصعوبات النظرية: (شمولية الموضوع واتساعه، تعدد المداخل والمقاربات)

يبدو أن النص القرآني يحمل في ثناياه آفاقا مهمة من شأنها إثراء الخلفية المعرفية والعلمية، فعلى مدار ما يزيد عن 14 قرنا، شهد الدين الاسلامي تزايدا في أعداد المؤمنين به، مؤخرا فقط تم احصاء ما يزيد عن 2 مليار مسلم في العالم[1].

فمن الواضح بالتالي أن القرآن الكريم، المصدر الأول للتشريع في الدين الاسلامي والكتاب المنزل على رسول الله محمد (صلى الله عليه وسلم)، يمثل نصا فارقا في الاقناع وفي توظيف الأساليب الإقناعية. صحيح أن الأعداد الضخمة من الناس التي اعتنقت الدين الاسلامي على مر القرون يمكن أن تفسر وفق عدة عوامل على غرار توارث الدين (الاسلام الوراثي)، عدد مواليد المسلمين، عدد من بلغتهم الدعوة من غير المسلمين والكيفية التي بلغتهم بها وعوامل أخرى عديدة. لكن يبدو أن قدرة الخطاب القرآني على الاقناع تعد أهم محدد في بقائه وانتشاره على مر العصور، لذلك استطاع القرآن اقناع من تحججوا بـ"لقد وجدنا آبائنا.." وأقام عليهم الحجة، فدخل من دخل منهم الاسلام أما من لم يدخل فليس لأن القرآن غير مقنع. وعليه، نزعم أن العدد الضخم من الناس التي آمنت بما جاء به القرآن يمكن تفسيره بالاعتماد على عوامل عديدة لكن الأصل في هذا الانتشار مرتبط بما يتمتع به النص القرآني من قدرة على الإقناع، فلو لم يكن مقنعا لما انتشر ولما بقي مستمرا طوال قرون، وهو حال الديانات السماوية خلافا للديانات غير السماوية التي ظلت محدودة من حيث الانتشار إما مكانيا أو زمانيا.

وبكل تأكيد لا يدعي هذا البحث القدرة على الالمام بالأساليب الإقناعية المستخدمة في القرآن الكريم، فمن الصعب الاحاطة بهذه الأساليب وإدراكها خصوصا في ظل امكانية تبني عدة مداخل ومقاربات قد تجعلنا أمام تصنيف وتفيئة متعددة للأساليب الإقناعية؛ فيمكن بداية الاعتماد على مقاربة كرونولوجية تتبع ترتيب نزول الآيات والسور وسياقات النزول لرصد الأساليب الإقناعية، ويمكن في هذا الاطار مثلا ادراج المدخل والمقاربة التاريخية في استخلاص الأساليب وإدراكها. في المقام الثاني، يمكن الاعتماد على مقاربة تجزيئية تفكيكية على شاكلة تدارس السور القرآنية وبالتالي اعتماد السورة كوحدة لاستخراج الأساليب الإقناعية الموظفة في كل سورة

[1] - world population review. Muslim Population by Country 2023. Retrieved from: https://worldpopulationreview.com/country-rankings/muslim-population-by-country on Nov 7, 2023.

تبعا لمداخل لغوية، بنائية، وظيفية وتاريخية وما تشتمل عليها من مقاربات متعددة.. أيضا، من الممكن اعتماد مقاربة موضوعاتية، بمعنى تدارس الأساليب الإقناعية تبعا للموضوعات التي يعالجها النص القرآني كموضوعات العقيدة، المعاملات والأحكام وغيرها.

بشكل عام يمكن تصور العديد من المداخل والمقاربات تتدرج من الأكثر شمولية إلى ما هو جد تفصيلي قد يركز على الآية أو حتى على اللفظ القرآني. وعليه، فإن هذا المقال، هو بالدرجة الأولى والأساسية محاولة علمية تستند في الاقتراب من موضوع البحث وتدارسه على خلفية علمية اتصالية.

ويعود الاستناد على هذه الخلفية الاتصالية في البحث لسببين: الأول ذاتي مرده طبيعة تكوين الباحث وتخصصه، والثاني موضوعي مقترن بحداثة ظهور الاقناع كعلم وارتباطه الوثيق بعلوم الاعلام والاتصال التي تعد هي الأخرى من أحدث العلوم الانسانية والاجتماعية التي اهتمت بالإقناع، فقد تهيكلت فعليا في المنتصف الثاني من القرن العشرين فحسب.

وزيادة على حداثتها واهتمامها البارز بالاقناع، فإن علوم الاعلام والاتصال عبارة عن علوم التقائية تشكلت وتبلورت من اسهامات ومشارب علمية وتخصصية متعددة على غرار علم النفس، علم الاجتماع، العلوم السياسية، العلوم الاقتصادية، فهي –كما توصف– ملتقى للعديد من العلوم (**Carrefour des sciences**)[1]، نهلت منها لتتشكل وما زالت تتغذى منها لتتطور.

وعمليا يقودنا موضوع الاقناع من منطلق علوم الاعلام والاتصال إلى العديد من العلوم والتخصصات الأخرى، بحيث توظف وتستفيد من النظريات النفسية، الإجتماعية، اللغوية وغيرها من النظريات لفهم وتفسير الاقناع (أسبابه، كيفية حدوثه، آثاره..). كما استطاعت أيضا أن تطور عدد من النظريات من صلب تخصص علوم الاعلام والاتصال سيما في اطار دراسات التأثير وما انجر عنها من نظريات اتصالية مختلفة.

ثانيا: الصعوبات الابستيمولوجية

بشكل عام، نلاحظ أن التراث العلمي المتاح سلك نهجين في البحث في أساليب الاقناع القرآنية؛

نهج يستفيد من الطروحات والمساهمات التي توصل إليها الغرب ويتم اسقاطها على ما جاء به القرآن الكريم. بمعنى آخر، وبالنظر لتفوق وتقدم منظومات البحث الغربية في انتاج المعرفة والعلم خلال القرون الأخيرة، ينحو الباحثون في البيئة العربية إلى توظيف هذه المعارف العلمية في التعامل بحثيا مع موضوعات، اشكاليات ومعطيات البيئة العربية الاسلامية. فيلاحظ في هذا الاطار أن تدارس أساليب الاقناع في النص القرآني يتم وفق اعتماد التصنيف السائد غربيا والقائم على استخدام الاستمالات التي تصنف ثنائيا إلى استمالات عقلية واستمالات عاطفية أو ثلاثيا من خلال اضافة نوع ثالث يتمثل في الاستمالات التخويفية[2].

ولا شك أن اسقاط هذا التصنيف على النص القرآني يسمح باستخراج العديد من النماذج والشواهد على استخدام مثل هذه الاستمالات. لكن يظل هذا الاسقاط على ما يبدو اسقاطا لفهم أكثر منه فهما للأسلوب القرآني نتيجة تصنيفه في قالب جاهز للفهم والتعامل مع النص القرآني.

---

[1] - Éric Dacheux (dir). Les sciences de l'information et de la communication. Les essentiels d'Hermès. CNRS Éditions. Paris. 2009. P9.

[2] – معتصم بابكر مصطفى. أساليب الاقناع في القرآن الكريم. سلسلة كتاب الأمة. وزارة الأوقاف والشؤون الاسلامية. العدد 95. الدوحة. قطر. 2003. ص 53.

وعليه نهج بعض الدارسين نهجا ثانيا ينطلق من ادراك وفهم القرآن الكريم وبيان أساليبه لا اخضاعه لأساليب وتصنيفات جاهزة. وينبغي الاشارة في هذا الصدد أن القصد من وراء هذا النهج قد لا يكون بالضرورة تفادي التصورات الموجودة أو تفادي الاستناد عليها لسبب أو لآخر لكنه خيار بحثي مستند على الاشتغال على النص القرآني ومحاولة فهمه أكثر فأكثر لاستخلاص نتائج وفهم ينطلق من بنيته الداخلية إلى فهمنا الخارجي وليس من فهما الخارجي لإدراك بنيته الداخلية، فالقرآن الكريم هو مصدر الفهم والأولى أن تكون البداية منه وليس العودة إليه لإسقاط الفهم.

ثالثا: الصعوبات المنهجية الاجرائية:

زيادة على التعارض الأولي والظاهري للتموقع الابستمولوجي في دراسة الأساليب الإقناعية القرآنية، يجد الباحث نفسه أمام صعوبات أخرى على مستوى التصميم المنهجي والإجرائي للبحث. ولعل أبرز الصعوبات مقترنة بقلة الدراسات الحديثة. فيبدو من الصعب الاستفادة من ثراء القرآن الكريم في ظل قلة الدراسات الحديثة التي تنطلق من تدارس النص القرآني تبعا لتخصصات علمية متعددة، فدراسة النص القرآني –حسب إطلاعنا– اقترنت بشكل أساسي بتخصصات شرعية أساسا.

وعليه، نجد أن بعض الموضوعات البارزة في العديد من التخصصات غير مغطاة بحثيا وفق مرجعيات مستندة على تأصيل عربي إسلامي وهو أمر نقف عليه مثلا في علوم الاعلام والاتصال، فمجمل النظريات العلمية غربية ومجمل ما يُدرس في التخصص والجامعات هو أيضا نتاج جهود وتأصيل غربي بالأساس.

وبناء على ما سبق،

يبدو من غير الدقيق اسقاط التصنيفات الجاهزة (الغربية المنشأ) على موضوع البحث كما يبدو من الصعب التقدم كثيرا في البحث في ظل قلة الدراسات الحديثة وسيما التي تستند على مرجعيات تخصصية تتجاوز التأصيل الشرعي المحض إلى رحابة التصنيفات الحديثة للعلوم. بكل تأكيد، قد يوصف العلم الشرعي على أنه متعد وشمولي (يتعدى النظرة التخصصية ويشمل مجمل التخصصات بفروعه وتشعباته) لكن الاشكال عكسي في منظورنا، فباقي التخصصات غير متعدية بالضرورة.

وبالنظر إلى كون الغرب هو المصدر الأساسي للعلوم في القرون الأخيرة وتفوقه العلمي انتاجا وشيوعا، فإن الجهد المطلوب "لدرء" الهوة بين التخصصات العلمية المختلفة والعلوم الشرعية يمكن وصفها بالكبيرة من حيث الاستئناس والاستثمار والتوظيف المنهجي والمعرفي لكثير من الباحثين في المجالين. وعليه، نحاول من خلال هذا المقال التعامل مع هذا الوضع من خلال التركيز على الاجتهادات العربية والاستنجاد بتوظيف التصورات الغربية في بيان الأساليب الإقناعية القرآنية كلما كان ذلك ضروريا.

ويستند هذا التموقع الابستمولوجي والمنهجي على أسبقية الادراك الداخلي للنص القرآني على اسقاط الفهم الخارجي عليه. ويبدو أن هذا التموقع يجد سنده في النص القرآني، محل اهتمامنا ودراستنا، بحيث يؤكد أن الله –عز وجل– مصدر كل علم كما نستشفه في الآيات الكريمات: " **قُلِ اللَّهُ خَالِقُ كُلِّ شَيْءٍ**"[1]، "**وَاللَّهُ خَلَقَكُمْ وَمَا تَعْمَلُونَ**"[2]، "**وَلَا يُحِيطُونَ بِشَيْءٍ مِّنْ عِلْمِهِ إِلَّا بِمَا**

---

[1]– سورة الرعد، الآية : 16.

[2]– سورة الصافات، الآية : 96.

شَاءَ"[1]. والقرآن الكريم هو مصدر للعلم وللفهم، فهو وحي وعلم مُنزل كما تبينه سورة النجم " **وَمَا يَنْطِقُ عَنِ الْهَوَى (3) إِنْ هُوَ إِلا وَحْيٌ يُوحَى (4) عَلَّمَهُ شَدِيدُ الْقُوَى (5)**"[2]. أما التفكير والتدبر فهي أدوات عقلية للإدراك والفهم في حين يمثل التصنيف والتقسيم –في تقديرنا– وسيلة بيداغوجية للإفهام والتوصيل.

3.الاقناع بين المرجعيتين الغربية والعربية: أهم التباينات المفاهيمية والتصورية

تنطلق الدراسات والأبحاث الغربية للإقناع من مفهوم مركزي تمحورت حوله مجمل نظريات الاتصال، وهو التأثير. فالإقناع شكل من أشكال التأثير. في المقابل يمكن ملاحظة أن المرجعية القرآنية تحيلنا على مفهوم مركزي آخر وهو التبليغ، فما أنزل الله من قرآن إنما هو بلاغ كما تبينه الآية الكريمة "**هَٰذَا بَلَٰغٌ لِّلنَّاسِ وَلِيُنذَرُواْ بِهِۦ وَلِيَعْلَمُوٓاْ أَنَّمَا هُوَ إِلَٰهٌ وَٰحِدٌ وَلِيَذَّكَّرَ أُوْلُواْ ٱلْأَلْبَٰبِ**"[3]،

وعلى هذا الأساس، يلاحظ عموما أن أبرز المداخل والعلوم لدراسة الاقناع في التراث العربي الاسلامي تقترن في كلياتها بالعلوم الشرعية التي تعنى بالدين كشرع ومنهاج لكن أيضا كرسالة موجهة للناس قائمة على أسس وهادفة أساسا لإقناع الناس باعتناق الدين وإتباع ما جاء به من أحكام وضوابط، ومنه حظيت الخطابة وأساليب الدعوة والتبليغ باهتمام بارز واحتلت مكانة هامة[4].

ويلاحظ بالتالي التباين الأولي في السياقات المفاهيمية والتصورية بين المرجعيتين الغربية والعربية، فإذا كان الاقناع في التراث الغربي – من وجهة نظر اتصالية– يقترن بالتأثير ويندرج ضمنه في معظم الحالات، فإن الاقناع مرتبط ومنضوي في الخلفية الدينية الاسلامية ضمن مفهوم التبليغ الذي يتجاوز ايصال الرسالة إلى الاقناع بها كما تدلل عليه الآية الكريمة: "**الر ۚ كِتَابٌ أَنزَلْنَاهُ إِلَيْكَ لِتُخْرِجَ النَّاسَ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ بِإِذْنِ رَبِّهِمْ إِلَىٰ صِرَاطِ الْعَزِيزِ الْحَمِيدِ (1)**".[5] بحيث يتبين أن التبليغ يستهدف نقل الناس من حالة (الظلمات) إلى حالة (النور)، وتغير الحال من حال إلى حال هو تأثر كما تشير له التعريفات الغربية[6].

لكن، في تقديرنا، فإن التبليغ كمصطلح ومفهوم مؤطر لدراسة الاقناع يعد أكثر دقة من التأثير، فالتأثير اقرار لحالة يصعب بيانها وقد تحصل وقد لا تحصل، ولعل أبرز شواهد صعوبة اثبات وبيان التأثير النقاش العلمي الممتد على مدرا عشرات السنين حول تأثيرات وسائل الاعلام. أما التبليغ فهو يهدف إلى الاقناع والتغيير لكنه لا يتضمن حكما بوجود تأثير أو اقناع ولا ينفيهما، ويتحقق هدف البلاغ حين يكون بلاغا مبينا أي مقيما للحجة على المخاطب.

ويبدو لنا أن هذا التوظيف المفهمي دقيق للغاية، فإذا أخذنا نموذج "مكقوير" (Modèle séquentiel de Mcguire) نلاحظ أن العملية الإقناعية تمر –حسبه– بخمس مراحل و12 عملية متسلسلة يستوعبها مفهوم التبليغ ويتماهى معها خلافا للتأثير أو الاقتناع الذي يعد محصلة لها. وتتمثل هذه المراحل في: عرض الرسالة، الانتباه، فالفهم، ثم القبول، فالحفظ وأخيرا النتيجة ممثلة

[1] – سورة البقرة: الآية 255.
[2] – سورة النجم: الآيات: 3-5.
[3] – سورة ابراهيم، الآية: 52.
[4] – محمد علي الياسينو. أساليب الدعوة والتبليغ في رسائل النور. في مجلة رسائل النور. المجلد 5.العدد1. 2022.
[5] – سورة ابراهيم. الآية 1.
[6] - Cambridge Dictuinary. Effect. Retrieved from : https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/effect on Nov 2023, 7.

أساسا في السلوك. أما العمليات فهي على التوالي: التعرض للرسالة، الانتباه، التقدير ومعرفة الفائدة، الفهم، الاكتساب، تحقيق التغير، التخزين في الذاكرة، استرجاع المعلومة من الذاكرة، اتخاذ القرار، السلوك، التعزيز وأخيرا التثبيت.[1]

أيضا يعبر مفهوم التأثير عن تفكير سببي ثنائي النمط (مثير- استجابة/ فعل- ردة فعل..) في حين يتجاوز مفهوم التبليغ –حسب فهمنا وتقديرنا- هذا التوصيف السببي الثنائي، فالتبليغ يتجاوز الفهم الانساني إلى القدرة الربانية، لذلك نلاحظ أن إخراج الناس من الظلمات إلى النور في الآية السابقة مقرون بإذن من الله، فالتأثير والنتيجة متروكة لله والمطلوب هو "البلاغ المبين"، وهو أمر نستشفه في العديد من المواضع القرآنية كما تبينه الآيات الكريمات:

- **"وَأَطِيعُواْ اللّهَ وَأَطِيعُواْ الرَّسُولَ وَاحْذَرُواْ فَإِن تَوَلَّيْتُمْ فَاعْلَمُواْ أَنَّمَا عَلَى رَسُولِنَا الْبَلاَغُ الْمُبِينُ"**[2]،
- **"وَقَالَ الَّذِينَ أَشْرَكُواْ لَوْ شَاء اللّهُ مَا عَبَدْنَا مِن دُونِهِ مِن شَيْءٍ نَّحْنُ وَلا آبَاؤُنَا وَلاَ حَرَّمْنَا مِن دُونِهِ مِن شَيْءٍ كَذَلِكَ فَعَلَ الَّذِينَ مِن قَبْلِهِمْ فَهَلْ عَلَى الرُّسُلِ إِلاَّ الْبَلاَغُ الْمُبِينُ"**[3]،
- **"فَإِن تَوَلَّوْاْ فَإِنَّمَا عَلَيْكَ الْبَلاَغُ الْمُبِينُ"**[4]،
- **"قُلْ أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ فَإِن تَوَلَّوا فَإِنَّمَا عَلَيْهِ مَا حُمِّلَ وَعَلَيْكُم مَّا حُمِّلْتُمْ وَإِن تُطِيعُوهُ تَهْتَدُوا وَمَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ"**[5]،
- **"وَإِن تُكَذِّبُوا فَقَدْ كَذَّبَ أُمَمٌ مِّن قَبْلِكُمْ وَمَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ"**[6]،
- **"وَمَا عَلَيْنَا إِلاَّ الْبَلاَغُ الْمُبِينُ"**[7]،
- **"وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ فَإِن تَوَلَّيْتُمْ فَإِنَّمَا عَلَى رَسُولِنَا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ"**[8].

فبذل الأسباب لا يؤدي بالضرورة إلى نفس النتيجة لوجود عوامل غيبية (ارداة الله) كقوله تعالى "**إِنَّكَ لَا تَهْدِي مَنْ أَحْبَبْتَ وَلَٰكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَن يَشَاءُ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ (56)** "[9] وعوامل غير مدركة على غرار قلة العلم كما هو مبرز في هذه الآية " **وَهُوَ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ**"، فأعلم نستوضح منها أن الله أكثر علما، فلم يسقط الله العلم عن رسوله الكريم الذي يوحي إليه ويعلمه لكن الله " **وَسِعَ كُلَّ شَيْءٍ عِلْمًا (98)**"[10]، فالله كما جاء في تفسير إبن كثير عالم بكل شيء[1]، وفي ذلك، يورد ابن كثير عددا من

---

[1] - Upreti, Yadu & Sharma, Prakash. Persuasive communication strategy as a guiding theoretical framework to positive health behavior change. V1. 2022 .49-57.

[2]- المائدة : 92

[3]- النحل : 35

[4]- النحل : 82

[5]- النور : 54

[6]- العنكبوت : 18

[7]- يس : 17

[8]- التغابن : 12

[9]- سورة القصص. الآية 56.

[10]- سورة طه. الآية: 98.

من الآيات الأخرى التي جاء فيها أن الله "**أحاط بكل شيء علما**"[2]، وأنه "**أحصى كل شيء عددا**"[3]، "**وما تسقط من ورقة إلا يعلمها ولا حبة في ظلمات الأرض ولا رطب ولا يابس إلا في كتاب مبين** "[4].

كما تبرز الآية الموالية أن علم الله لا يقتصر على عالم المشهودات بل يتجاوزه للغيبيات اذ جاء في محكم التنزيل: "**وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَا تَأْتِينَا السَّاعَةُ ۖ قُلْ بَلَىٰ وَرَبِّي لَتَأْتِيَنَّكُمْ عَالِمِ الْغَيْبِ ۖ لَا يَعْزُبُ عَنْهُ مِثْقَالُ ذَرَّةٍ فِي السَّمَاوَاتِ وَلَا فِي الْأَرْضِ وَلَا أَصْغَرُ مِن ذَٰلِكَ وَلَا أَكْبَرُ إِلَّا فِي كِتَابٍ مُّبِينٍ (3)**"[5].

ويتبين مما سبق أن مفهوم التبليغ يتجاوز التصور العلمي المادي سبب- نتيجة أو مجموعة من المقدمات تؤدي إلى نفس النتائج، فالتأثير كنتيجة هو ليس محصلة حتمية لميكانيكية سببية بل هو خاضع أيضا لإرادة قد تتجاوز الادراك والفهم الانساني على غرار حادثة محاولة تحريق رسول الله "ابراهيم" التي يوردها القرآن الكريم: "**قَالُوا حَرِّقُوهُ وَانصُرُوا آلِهَتَكُمْ إِن كُنتُمْ فَاعِلِينَ (68) قُلْنَا يَا نَارُ كُونِي بَرْدًا وَسَلَامًا عَلَىٰ إِبْرَاهِيمَ (69) وَأَرَادُوا بِهِ كَيْدًا فَجَعَلْنَاهُمُ الْأَخْسَرِينَ (70)**"[6].

وفي تقديرنا، فإن الخلفية الاسلامية العربية تقدم منظومة تصورية ومفاهيمية متباينة عن نظيرتها الغربية فلا تتشبث بالماديات والمحسوس ولا تلغي الغيبيات، وهو تصور لا ينبغي النظر إليه من باب النقض بل يبدو أن الخلفية الاسلامية تفتح آفاقا أوسع من النظرة المادية "العاجزة أحيانا" عن البرهنة والاثبات، لذلك نلاحظ أن الجانب الغيبي الهدائي التأثيري يمثل جزء من منظومة الاقناع التي توظف آليات نفسية، موضوعية، واقعية منسجمة مع الفرد والجمهور فكريا ووجدانيا وسلوكيا، فاتحة بذلك أفاقا أخرى يمكن الاستفادة منها في تحسين المعرفة العلمية بأساليب الاقناع.

وزيادة على ما سبق نلاحظ أن التركيز الأكبر في القرآن الكريم على الرسالة وليس على الجمهور أو المتلقين كما هو الحال وفق التصورات الغربية، بحيث تبيين العديد من الآيات أن الهدف من التنزيل والرسل هو تبليغ رسالات الله. وفيما يلي نستعرض عددا من الشواهد المستقاة من النص القرآني التي تبرز مركزية مفهوم التبليغ وتدلل على محورية تبليغ رسالات الله، وهو ما نجده في سورة الأعراف، بحيث يورد القرآن الكريم:

- قول رسول الله "نوح": " **قَالَ يَا قَوْمِ لَيْسَ بِي ضَلَالَةٌ وَلَٰكِنِّي رَسُولٌ مِّن رَّبِّ الْعَالَمِينَ (61) أُبَلِّغُكُمْ رِسَالَاتِ رَبِّي وَأَنصَحُ لَكُمْ وَأَعْلَمُ مِنَ اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ (62)**[7] .
- كما يورد في نفس السورة قول رسول الله "هود": " **قَالَ يَا قَوْمِ لَيْسَ بِي سَفَاهَةٌ وَلَٰكِنِّي رَسُولٌ مِّن رَّبِّ الْعَالَمِينَ (67) أُبَلِّغُكُمْ رِسَالَاتِ رَبِّي وَأَنَا لَكُمْ نَاصِحٌ أَمِينٌ (68)**[1].

---

[1]- تفسير ابن كثير. ص 318.متاح على الرابط : http://quran.ksu.edu.sa/tafseer/katheer/sura20-aya98.html تاريخ الزيارة: 2023/11/7
[2]- سورة الطلاق. الآية 12.
[3]- سورة الجن. الآية: 28.
[4]- سورة الأنعام. الاية 59.
[5]- سورة سبأ. الآية 3.
[6]- سورة الأنبياء. الآية 58.
[7]- سورة الأعراف. الآيتين 61-62: .

- ويتكرر الأمر مع رسول الله "صالح" الذي يورد القرآن قوله لقومه: "**فَتَوَلَّىٰ عَنْهُمْ وَقَالَ يَٰقَوْمِ لَقَدْ أَبْلَغْتُكُمْ رِسَالَةَ رَبِّى وَنَصَحْتُ لَكُمْ وَلَٰكِن لَّا تُحِبُّونَ ٱلنَّٰصِحِينَ (79)**"[2].

- ونفس القول يورده القرآن الكريم على لسان رسول الله "شعيب": "**فَتَوَلَّىٰ عَنْهُمْ وَقَالَ يَا قَوْمِ لَقَدْ أَبْلَغْتُكُمْ رِسَالَاتِ رَبِّي وَنَصَحْتُ لَكُمْ ۖ فَكَيْفَ آسَىٰ عَلَىٰ قَوْمٍ كَافِرِينَ (93)**"[3].

ومن مقتضيات الاقناع بالرسالة:

- **التعريف بالمرسل** (وفق التوصيف الغربي) :

والمرسل هو الله –عزل وجل–، بحيث يعرف التنزيل بالله ويبين وحدانيته وعظيم مقدرته، نذكر على سبيل التمثيل الآيات 22–24 من سورة "الحشر" التي جاء فيها: "**هُوَ اللَّهُ الَّذِي لَا إِلَٰهَ إِلَّا هُوَ ۖ عَالِمُ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ ۖ هُوَ الرَّحْمَٰنُ الرَّحِيمُ (22) هُوَ اللَّهُ الَّذِي لَا إِلَٰهَ إِلَّا هُوَ الْمَلِكُ الْقُدُّوسُ السَّلَامُ الْمُؤْمِنُ الْمُهَيْمِنُ الْعَزِيزُ الْجَبَّارُ الْمُتَكَبِّرُ ۚ سُبْحَانَ اللَّهِ عَمَّا يُشْرِكُونَ (23) هُوَ اللَّهُ الْخَالِقُ الْبَارِئُ الْمُصَوِّرُ ۖ لَهُ الْأَسْمَاءُ الْحُسْنَىٰ ۚ يُسَبِّحُ لَهُ مَا فِي السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ ۖ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ (24)**"[4] .

- **التعريف بالرسل أو بعض صفاتهم:**

فقد وصف الله رسوله محمد (صلى الله عليه وسلم) المرسل رحمة للعالمين في قوله "**وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ (4)**"[5]، ووصف من أرسله إلى رسوله محمد (صلى الله عليه وسلم) أي "جبريل عليه السلام" بعدد من الصفات كما تبينه الآيات التالية "**إِنَّهُ لَقَوْلُ رَسُولٍ كَرِيمٍ (19) ذِي قُوَّةٍ عِندَ ذِي الْعَرْشِ مَكِينٍ (2) مُّطَاعٍ ثَمَّ أَمِينٍ (21)**"[6]. القرآن الكريم وصف أيضا رسل آخرين على غرار رسول الله "موسى"، اذا جاء في محكم التنزيل "**وَاذكُر فِي الكِتابِ موسى إِنَّهُ كانَ مُخلَصًا وَكانَ رَسولًا نَبِيًّا**".

- **التعريف بأساليب الدعوة والتبليغ:**

نجد في النص القرآني العديد من الآيات التي تعرف بأساليب الدعوة والتبليغ على غرار الآيات "**ادْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۖ وَجَادِلْهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ**" [7]، "**أُولَٰئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُل لَّهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا**"[8]، "**فَإِن تَوَلَّوْا فَإِنَّمَا عَلَيْكَ الْبَلَاغُ الْمُبِينُ**"[9] "**وَإِن جَادَلُوكَ فَقُلِ اللَّهُ أَعْلَمُ بِمَا تَعْمَلُونَ**"[10].

---

[1]– سورة الأعراف. الآيتين 67-68: .

[2]– سورة الأعراف. الآية 79.

[3]– سورة الأعراف. الآية 93.

[4]– سورة الحشر. الآيات: 22–24.

[5]– سورة القلم. الآية 4.

[6]– سورة التكوير. الآيات: 19–21.

[7]– سورة النحل الآية 125.

[8]– سورة النساء. الآية 63.

[9]– سورة النحل. الآية 82.

[10]– سورة الحج. الآية 68.

- التعريف بسياقات التبليغ:

يورد النص القرآني العديد من السياقات، فمن خلال الآيات 20-22 من سورة القصص نتبين عددا من السياقات المتصلة بخروج رسول الله موسى إلى مدين حيث جاء فيها: "**وَجَاءَ رَجُلٌ مِّنْ أَقْصَى الْمَدِينَةِ يَسْعَى قَالَ يَا مُوسَى إِنَّ الْمَلَأَ يَأْتَمِرُونَ بِكَ لِيَقْتُلُوكَ فَاخْرُجْ إِنِّي لَكَ مِنَ النَّاصِحِينَ*فَخَرَجَ مِنْهَا خَائِفًا يَتَرَقَّبُ قَالَ رَبِّ نَجِّنِي مِنَ الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ*وَلَمَّا تَوَجَّهَ تِلْقَاءَ مَدْيَنَ قَالَ عَسَى رَبِّي أَن يَهْدِيَنِي سَوَاءَ السَّبِيلِ**). ويتبين لنا من هذه الآيات الكريمات سياق ابلاغ رسول الله موسى بحيث تصف تنقل الرجل من أقصى المدينة وتصف شكل تنقله (يسعى)، وفي ذلك بيان لسياق جغرافي (المكان: أقصى المدينة)، سياق فزيولوجي (تنقل الرجل من أقصى المدينة وصولا عند رسول الله)، سياق نفسي للرجل المبلغ (السعي يبين الحرص والتعلق، فضلا عن نصحه له بالخروج). أيضا نتبين في الآيات السياق العام للأحداث ونفسية الجماعة وكيدهم (**إِنَّ الْمَلَأَ يَأْتَمِرُونَ بِكَ لِيَقْتُلُوكَ**) وفي نفس الوقت السياقات النفسية لخروج رسول الله في حالة خوف وترقب ومناجاة لله (**فَخَرَجَ مِنْهَا خَائِفًا يَتَرَقَّبُ قَالَ رَبِّ نَجِّنِي مِنَ الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ**).

كما أورد القرآن الكريم سياقات زواج رسول الله موسى "**وَلَمَّا وَرَدَ مَاءَ مَدْيَنَ وَجَدَ عَلَيْهِ أُمَّةً مِّنَ النَّاسِ يَسْقُونَ وَوَجَدَ مِن دُونِهِمُ امْرَأَتَيْنِ تَذُودَانِ قَالَ مَا خَطْبُكُمَا قَالَتَا لَا نَسْقِي حَتَّى يُصْدِرَ الرِّعَاءُ وَأَبُونَا شَيْخٌ كَبِيرٌ*فَسَقَى لَهُمَا ثُمَّ تَوَلَّى إِلَى الظِّلِّ فَقَالَ رَبِّ إِنِّي لِمَا أَنزَلْتَ إِلَيَّ مِنْ خَيْرٍ فَقِيرٌ*فَجَاءَتْهُ إِحْدَاهُمَا تَمْشِي عَلَى اسْتِحْيَاءٍ قَالَتْ إِنَّ أَبِي يَدْعُوكَ لِيَجْزِيَكَ أَجْرَ مَا سَقَيْتَ لَنَا فَلَمَّا جَاءَهُ وَقَصَّ عَلَيْهِ الْقَصَصَ قَالَ لَا تَخَفْ نَجَوْتَ مِنَ الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ*قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ*قَالَ إِنِّي أُرِيدُ أَنْ أُنكِحَكَ إِحْدَى ابْنَتَيَّ هَاتَيْنِ عَلَى أَن تَأْجُرَنِي ثَمَانِيَ حِجَجٍ فَإِنْ أَتْمَمْتَ عَشْرًا فَمِنْ عِندِكَ وَمَا أُرِيدُ أَنْ أَشُقَّ عَلَيْكَ سَتَجِدُنِي إِن شَاءَ اللَّهُ مِنَ الصَّالِحِينَ*قَالَ ذَلِكَ بَيْنِي وَبَيْنَكَ أَيَّمَا الْأَجَلَيْنِ قَضَيْتُ فَلَا عُدْوَانَ عَلَيَّ وَاللَّهُ عَلَى مَا نَقُولُ وَكِيلٌ**)"[1].

وبشكل عام تضعنا الكثير من الآيات والسور في السياقات المختلفة: سياق تتابع الأحداث، السياقات النفسية، السياقات العامة والاجتماعية وغيرها من السياقات المختلفة.

ونستجلي مما سبق أن النص القرآني لا يهمل موجبات الاقناع أو ما توصف بعناصر العملية الإقناعية وفق التصورات العلمية الغربية، فهذه العناصر والموجبات هي التي تحقق الإقناع، لذلك نفهم ونقدر أن التعبير القرآني يشتمل على تتمة لفظ "**البلاغ**" بـ"**المبين**"، فلا يقتصر الأمر على ايصال الرسالة بل بيانها، وبيان الأمر هو الذي يحدث الاقناع.

وفي تصورنا، فإن التركيز على الرسالة جد مهم، فالرسالة هي الغاية الأصيلة في أي عملية اعلامية أو اتصالية، لذلك الأجدر أن تكون هي المؤطرة للعملية الإقناعية والمحور الرئيس الذي ينبغي التركيز عليه، خصوصا وأن الرسالة تتسم بالثبات في مقابل تغير مستمر في خصائص الجماهير وردود أفعالها. ولذلك يمكن ملاحظة أن نظريات ودراسات الاعلام والاتصال وبتركيزها على الجمهور، وجدت نفسها "عالقة" في إشكاليتين:

---

[1]- سورة القصص. الآيات 23-28.

إشكالية تقهقر المحتوى الاعلامي:

فتحت مبرر "سطوة" الجمهور على المحتوى والسعي لتلبية طلباته وإشباع رغباته، سيطرت المقاربة الاقتصادية في الممارسة الاعلامية على نطاق واسع جالبة معها نظريات ترتكز على السوق على غرار نظرية ادارة السوق التي ترتبط بالنظر لوسائل الاعلام كسلعة أو ناقل لرسائل اعلانية واشهارية وترى أنه من الضروري تكييف المضمون مع نوع الجمهور[1]. ووفق هذا المنظور تطورت العديد من الشعارات والممارسات المندرجة في اطار "ما يطلبه المستمعين والمشاهدين".

وقد أبرزت النظرية النقدية في وقت مبكر تأثير الاعلام على تقهقر الثقافة الجماهيرية وتأثيرات سلعنة الثقافة وتصنيعها وفق ميكانزمات اقتصادية[2]. لكن وبالرغم من الاقرار أن وسائل الاعلام مزدوجة الطبيعة كما يبينه "باتريك شارودو"؛ طبيعة رمزية ترتبط ببناء الرأي العام وتقديم الخدمة العمومية وأخرى اقتصادية تقوم على منطق تجاري ربحي تجعل من المؤسسة الاعلامية عبارة عن مؤسسة اقتصادية خاضعة للمتطلبات الاقتصادية وضوابط السوق[3]. ورغم التعارض المفترض لتباين المنطقين على حد تعبير ذات الباحث (Double logique)، ورغم العديد أيضا من المؤلفات الناقدة لمخرجات هذه السيرورة على غرار كتاب "نظام التفاهة"[4] إلا أنه لا أفق للخروج من "معادلة الجمهور ووسائل الإعلام" لاسيما في ظل "طغيان المادية الغربية" وتصديرها للعالم (عولمة الاعلام).

وفي المقابل، يبدو أن تشييد نظام اعلامي يتأسس فهما وتجسيدا على الرسالة ممكن اذا ما تم التفكير في نموذج آخر يتجاوز الجمهور الذي يبدو أنه "ضحية" صناعة ثقافية بالأساس قائمة على نموذج اقتصادي يدعم الرأسمالية والقطبية الفكرية كما أبرزته النظرية النقدية.

إشكالية "الترنح" المعرفي وغياب الثبات العلمي:

يبدو أن أهم متغير في دراسات الاعلام والاتصال والذي حظي بعدد مهم من الأبحاث وحجم جلي من الاهتمام ظل على مدار عشرات السنين محل جدل ونقاش، فمن التأثير القوي إلى التأثير المعتدل إلى العودة للتأثير القوي تارة والمحدود تارة أخرى، ففهم متغير التأثير والتركيز على الجمهور أوقع مجمل نظريات الاتصال في اشكاليات عديدة كالإثبات (اثبات التأثير، حجمه، ديمومته..)، الثبات المنهجي وحتى الصدق المعرفي..

فيبدو مرة أخرى أن التركيز على الجمهور هو بمثابة الوقوف على أرضية متحركة متغيرة متؤثرة بالعديد من الاعتبارات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية وغيرها من الاعتبارات الأخرى التي قد نجدها على مدار الامتدادات التاريخية أو الخصوصيات المجتمعية الراهنة. ويمكن الوقوف على ذلك حتى في الآيات الكريمات السابق إيرادها، بحيث تباينت خصوصيات "المتلقين" لكن

---

[1] – علي قسايسية. المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي: دراسة تحليلية نقدية لدراسات الجمهور في الجزائر. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال. جامعة الجزائر 3. ص–ص 86–87.

[2] - Pierre Mœglin. Une théorie pour penser les industries culturelles et informationnelles ? Disponible sur : http://rfsic.revues.org/130 date de visite 02/10/2017 date de visite 02/10/2017.

[3] - Patrck Charoudeau. Les médias et l'information. 1ère édition. Édition De Boech université. Bruxelles. 2005. P13.

[4] - Alain Deneault, *La médiocratie.* Collection : Lettres libres. LUX ÉDITEUR. Montréal. 2015.

الرسالة ظلت ثابتة، فرسول الله "نوح" وصف قومه بأنهم لا يعلمون (**أُبَلِّغُكُمْ رِسَالَاتِ رَبِّي وَأَنصَحُ لَكُمْ وَأَعْلَمُ مِنَ اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ** (62)[1]، في حين وصف رسول الله "صالح" قومه بأنهم لا يحبون الناصحين (**وَقَالَ يَٰقَوْمِ لَقَدْ أَبْلَغْتُكُمْ رِسَالَةَ رَبِّى وَنَصَحْتُ لَكُمْ وَلَٰكِن لَّا تُحِبُّونَ ٱلنَّٰصِحِينَ** (79)"[2] في حين وصف رسول الله "شعيب" قومه بالكافرين (**يَا قَوْمِ لَقَدْ أَبْلَغْتُكُمْ رِسَالَاتِ رَبِّي وَنَصَحْتُ لَكُمْ ۖ فَكَيْفَ آسَىٰ عَلَىٰ قَوْمٍ كَافِرِينَ** (93)[3].

إن دراسة الاقناع وفق المرجعية القرآنية –حسب تقديرنا- يمكن أن تقودنا إلى ضرورة مراجعة عدد من التصورات الغربية ليس للإقناع فحسب بل أيضا لدراسات وأبحاث الاعلام والاتصال.

4.الأساليب الإقناعية بين الاجتهادات الموجودة والآفاق الممكنة:

كما سبقت الإشارة، فإن مجمل المراجع التي تمكنا من الاطلاع عليها تنطلق من اسقاط التصورات الغربية على النص القرآني، فحداثة الاقناع كعلم وحداثة علوم الاعلام والاتصال تضع الباحث أمام صعوبات جمة في ايجاد مراجع حديثة تشتمل على اجتهادات حديثة تتماشى مع المصطلحات والتصورات المفاهيمية المعاصرة الغربية المنشأ.

وبكل تأكيد فإن للإقناع جذورا في التراث العربي والإسلامي، ولعله ارتبط –كما يشير لذلك الباحث "معتصم بابكر مصطفى- بعلم البيان والفصاحة وهما –حسبه- فن استخدام اللغة للتأثير على أحكام الآخرين وسلوكهم[4]، وهو ما يندرج ضمنه مقال الباحث "عبد الكريم حاقة" والذي انطلق من نماذج لغوية وبلاغية للوقوف على آليات الاقناع في القرآن الكريم، وانتهى إلى تحديد وتصنيف عدد من الآليات الإقناعية والتي تتمثل في[5]:

- **التعليل** يعد من وسائل الاقناع التي تجعل المتلقي يقبل مضمون الخطاب، فعلل الشيء لغة يعني بين علته وأثبته بالدليل والتعليل.
- **الشرط**: أي تعليق شيء بشيء (على شاكلة "اذا نجحت أكرمتك"). ومن شواهده في القرآن الكريم "**إِن تَجْتَنِبُوا كَبَائِرَ مَا تُنْهَوْنَ عَنْهُ نُكَفِّرْ عَنكُمْ سَيِّئَاتِكُمْ وَنُدْخِلْكُم مُّدْخَلًا كَرِيمًا** (31)"[6] .
- **القسم**: وهو أسلوب لإثبات للكلام.
- **المدح والذم** يستعمل في الاقناع لما للمدح من أهمية وفائدة في تثبيت الفرد وتشجيعه معنويا وما للذم من آثر في التغيير .

---

[1]- سورة الأعراف. الآيتين 61-62: .

[2]- سورة الأعراف. الآية 79.

[3]- سورة الأعراف. الآية 93.

[4]- معتصم بابكر مصطفى. مرجع سبق ذكره. ص-ص: 32-33.

[5]- عبد الكريم حاقة. آليات الاقناع في القرآن الكريم: دراسة لنماذج لغوية وبلاغية مختارة. في مجلة الشهاب. المجلد 8. العدد 1. 2022. ص ص: 16-22.

[6]- سورة النساء. الآية 31.

- **الاستفهام** ويعد أيضا من أنجع الأساليب على غرار الاستفهام التقريري ال<ي يستعمل في الحجاج والمحاججة كما ورد في الآية (107) من سورة البقرة " **أَلَمْ تَعْلَمْ أَنَّ اللَّهَ لَهُ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ ۗ وَمَا لَكُم مِّن دُونِ اللَّهِ مِن وَلِيٍّ وَلَا نَصِيرٍ (107)**".

- **الاستعارة** فكما يصفها عبد الله صولة فتظهر فعاليتها الحجاجية في كونها تمثل درجة أعلى في الاقناع من درجة المعنى الحقيقي على غرار قوله تعالى " **أُولَٰئِكَ الَّذِينَ اشْتَرَوُا الضَّلَالَةَ بِالْهُدَىٰ فَمَا رَبِحَت تِّجَارَتُهُمْ وَمَا كَانُوا مُهْتَدِينَ (16)**"[1] .

- **التمثيل الصوري** فيعتبر عقد الصلة بين صورتين ليتمكن المرسل من بيان حججه، ويعد التمثيل باستعمال الصور البلاغية من تشبيه ومجاز واستعارة من أدوات الاقناع البلاغية.

أما الباحثة "ابتسام صغيور" فقد أوردت استخدام القرآن الكريم للعديد من الأساليب القرآنية التي لم تقرنها بالمحدد اللغوي فحسب، واشتملت على:[2]

- **الأساليب العلمية الاستنباطية:**

تقوم هذه الأساليب على استخدام الحجاج العقلي واستحضار النظرة العلمية وما تستوجبه من برهنة وإعمال للتأمل، التدبر و التفكير. ومن شواهد استخدام القرآن الكريم لهذه الأساليب الآيات: " **فَلْيَنظُرِ الْإِنسَانُ إِلى طَعَامِهِ * أَنَّا صَبَبْنَا الْمَاء صَبًّا * ثُمَّ شَقَقْنَا الْأَرْضَ شَقًّا * فَأَنبَتْنَا فِيهَا حَبًّا * وَعِنَبًا وَقَضْبًا * وَزَيْتُونًا وَنَخْلًا * وَحَدَائِقَ غُلْبًا * وَفَاكِهَةً وَأَبًّا * مَّتَاعًا لَّكُمْ وَلِأَنْعَامِكُمْ**"،[3] وقوله "**فَلْيَنظُرِ ٱلْإِنسَٰنُ مِمَّ خُلِقَ (5) خُلِقَ مِن مَّآء دَافِق (6) يَخْرُجُ مِنۢ بَيْنِ ٱلصُّلْبِ وَٱلتَّرَآئِبِ (7)**".[4]

- **أساليب التحليل النفسي:**

ويقصد بها المواجهة ببيان الحالة النفسية، إنها بمثابة اقرار لحالة نفسية لفهم العملية الإقناعية. ومن أمثلة ذلك " **وَجَحَدُوا بِهَا وَاسْتَيْقَنَتْهَا أَنفُسُهُمْ ظُلْمًا وَعُلُوًّا ۚ فَانظُرْ كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُفْسِدِينَ**"[5]، "**انظُرْ كَيْفَ كَذَبُوا عَلَىٰ أَنفُسِهِمْ ۚ وَضَلَّ عَنْهُم مَّا كَانُوا يَفْتَرُونَ**"[6].

- **ضرب الأمثال:**

وبقصد بها "**وَضَرَبَ لَنَا مَثَلًا وَنَسِيَ خَلْقَهُ ۖ قَالَ مَن يُحْيِي الْعِظَامَ وَهِيَ رَمِيمٌ (78) قُلْ يُحْيِيهَا الَّذِي أَنشَأَهَا أَوَّلَ مَرَّةٍ ۖ وَهُوَ بِكُلِّ خَلْقٍ عَلِيمٌ (79) الَّذِي جَعَلَ لَكُم مِّنَ الشَّجَرِ الْأَخْضَرِ نَارًا فَإِذَا أَنتُم مِّنْهُ تُوقِدُونَ (80) أَوَلَيْسَ الَّذِي خَلَقَ السَّمَاوَاتِ**

---

[1] – سورة البقرة. الآية 16.

[2] – ابتسام صغيور. الأساليب الحجاجية والإقناعية في القرآن الكريم. مجلة الآداب واللغات. العدد 24. 2017. ص–ص: 127–132. https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/416/17/1/91048

[3] – سورة عبس. الآيات 24– 32.

[4] – سورة الطارق. الآيات 5–7.

[5] – سورة النمل. الآية: 14.

[6] – سورة الأنعام. الآية 24.

وَالْأَرْضَ بِقَادِرٍ عَلَىٰ أَن يَخْلُقَ مِثْلَهُم ۚ بَلَىٰ وَهُوَ الْخَلَّاقُ الْعَلِيمُ (81) إِنَّمَا أَمْرُهُ إِذَا أَرَادَ شَيْئًا أَن يَقُولَ لَهُ كُن فَيَكُونُ (82) فَسُبْحَانَ الَّذِي بِيَدِهِ مَلَكُوتُ كُلِّ شَيْءٍ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ (83).[1]

- **النقيض والنفي الكلي:**

ويقصد بهذا الأسلوب ذكر النقيض ثم نفيه كما نجده في الآية "**وَقَالَتِ الْيَهُودُ يَدُ اللَّهِ مَغْلُولَةٌ ۚ غُلَّتْ أَيْدِيهِمْ وَلُعِنُوا بِمَا قَالُوا ۘ بَلْ يَدَاهُ مَبْسُوطَتَانِ يُنفِقُ كَيْفَ يَشَاءُ ۚ**"[2]

- **مجاراة الخصم والاستدراج بالأسئلة:**

يقوم هذا الأسلوب على التدرج في الأسئلة والحجج المنطقية التي لا يمكن انكارها لإلزام الطرف الآخر الحجة على ابطال مبرره.

ومن أمثلى ذلك: " **قُل لِّمَنِ الْأَرْضُ وَمَن فِيهَا إِن كُنتُمْ تَعْلَمُونَ (84) سَيَقُولُونَ لِلَّهِ ۚ قُلْ أَفَلَا تَذَكَّرُونَ (85) قُلْ مَن رَّبُّ السَّمَاوَاتِ السَّبْعِ وَرَبُّ الْعَرْشِ الْعَظِيمِ (86) سَيَقُولُونَ لِلَّهِ ۚ قُلْ أَفَلَا تَتَّقُونَ (87) قُلْ مَن بِيَدِهِ مَلَكُوتُ كُلِّ شَيْءٍ وَهُوَ يُجِيرُ وَلَا يُجَارُ عَلَيْهِ إِن كُنتُمْ تَعْلَمُونَ (88) سَيَقُولُونَ لِلَّهِ ۚ قُلْ فَأَنَّىٰ تُسْحَرُونَ(89) بَلْ أَتَيْنَاهُم بِالْحَقِّ وَإِنَّهُمْ لَكَاذِبُونَ (90) مَا اتَّخَذَ اللَّهُ مِن وَلَدٍ وَمَا كَانَ مَعَهُ مِنْ إِلَٰهٍ ۚ إِذًا لَّذَهَبَ كُلُّ إِلَٰهٍ بِمَا خَلَقَ وَلَعَلَا بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ ۚ سُبْحَانَ اللَّهِ عَمَّا يَصِفُونَ (91) عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَتَعَالَىٰ عَمَّا يُشْرِكُونَ (92)**"[3].

- **المقارنة:**

اعتمد القرآن الكريم على هذا الأسلوب في العديد من المواضع لاستجلاء الحقائق ودحض أقوال الكافرين كقوله " **أَفَمَن يَخْلُقُ كَمَن لَّا يَخْلُقُ ۗ أَفَلَا تَذَكَّرُونَ (17)**"[4].

زيادة على ما سبق يلاحظ وجود اجتهادات وتصنيفات أخرى على غرار تقسيم أساليب الاقناع القرآني بين ترهيب وترغيب على غرار ما جاء في سورة البقرة: (**فَإِن لَّمْ تَفْعَلُواْ وَلَن تَفْعَلُواْ فَٱتَّقُواْ ٱلنَّارَ ٱلَّتِي وَقُودُهَا ٱلنَّاسُ وَٱلْحِجَارَةُ أُعِدَّتْ لِلْكَٰفِرِينَ (24) وَبَشِّرِ ٱلَّذِين آمَنُواْ وَعَمِلُواْ ٱلصَّٰلِحَٰتِ أَنَّ لَهُمْ جَنَّٰتٍ تَجْرِي مِن تَحْتِهَا ٱلْأَنْهَٰرُ كُلَّمَا رُزِقُواْ مِنْهَا مِن ثَمَرَةٍ رِّزْقًا قَالُواْ هَٰذَا ٱلَّذِي رُزِقْنَا مِن قَبْلُ وَأُتُواْ بِهِ مُتَشَٰبِهًا وَلَهُمْ فِيهَآ أَزْوَٰجٌ مُّطَهَّرَةٌ وَهُمْ فِيهَا خَٰلِدُونَ (25)**[5].

ويبدو أن هيكلة أساليب الاقناع أيضا إلى ترهيب وترغيب يجد أسسه من النص القرآني الذي يبين طبيعة الجزاء فإما الجنة وإما النار، العذاب أو المغفرة، الثواب أو العقاب وغيرها من الثنائيات التي يمكن أن نقف عليها في النص القرآني.

---

[1] – سورة يس. الآيات: 78-83.

[2] – سورة المائدة. الآية 64.

[3] – سورة المؤمنون. الآيات: 84-92.

[4] – سورة النحل. الآية 17.

[5] – سورة البقرة. الآيتين 24-25.

عموما، وبالرغم من صعوبة ايجاد تصنيف جامع مانع وتعدد مستويات التصنيف من أكثرها تخصصا (حسب كل تخصص: أساليب لغوية، أساليب نفسية..) إلى أكثرها شمولية (متعددة التخصصات)، نقدر أن هناك مجموعة من الأساليب المهيكلة للاقناع* في القرآن الكريم وهي كالتالي:

- **أسلوب المحاججة العقلية:**

يستخدم القرآن الكريم أسلوب المحاججة العقلية في مواضع عديدة، نذكر منها على سبيل التمثيل لا الحصر الأسلوب الذي يورده القرآن الكريم لدحض تأليه الأصنام كما تبينه الآيات: "**فَجَعَلَهُمْ جُذَاذًا إِلَّا كَبِيرًا لَّهُمْ لَعَلَّهُمْ إِلَيْهِ يَرْجِعُونَ (58) قَالُوا مَن فَعَلَ هَٰذَا بِآلِهَتِنَا إِنَّهُ لَمِنَ الظَّالِمِينَ (59) قَالُوا سَمِعْنَا فَتًى يَذْكُرُهُمْ يُقَالُ لَهُ إِبْرَاهِيمُ (60) قَالُوا فَأْتُوا بِهِ عَلَىٰ أَعْيُنِ النَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَشْهَدُونَ (61) قَالُوا أَأَنتَ فَعَلْتَ هَٰذَا بِآلِهَتِنَا يَا إِبْرَاهِيمُ (62) قَالَ بَلْ فَعَلَهُ كَبِيرُهُمْ هَٰذَا فَاسْأَلُوهُمْ إِن كَانُوا يَنطِقُونَ (63) فَرَجَعُوا إِلَىٰ أَنفُسِهِمْ فَقَالُوا إِنَّكُمْ أَنتُمُ الظَّالِمُونَ (64) ثُمَّ نُكِسُوا عَلَىٰ رُءُوسِهِمْ لَقَدْ عَلِمْتَ مَا هَٰؤُلَاءِ يَنطِقُونَ (65) قَالَ أَفَتَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ مَا لَا يَنفَعُكُمْ شَيْئًا وَلَا يَضُرُّكُمْ (66) أُفٍّ لَّكُمْ وَلِمَا تَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ ۖ أَفَلَا تَعْقِلُونَ (67)** [1].

وفي موضع آخر، يدلل القرآن الكريم بالمنطق والحجة العقلية على وحدانية الله كما نستشفه من الآيات: "**وَلَهُ مَن فِي السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ ۚ وَمَنْ عِندَهُ لَا يَسْتَكْبِرُونَ عَنْ عِبَادَتِهِ وَلَا يَسْتَحْسِرُونَ (19) يُسَبِّحُونَ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ لَا يَفْتُرُونَ (20) أَمِ اتَّخَذُوا آلِهَةً مِّنَ الْأَرْضِ هُمْ يُنشِرُونَ (21) لَوْ كَانَ فِيهِمَا آلِهَةٌ إِلَّا اللَّهُ لَفَسَدَتَا ۚ فَسُبْحَانَ اللَّهِ رَبِّ الْعَرْشِ عَمَّا يَصِفُونَ (22) لَا يُسْأَلُ عَمَّا يَفْعَلُ وَهُمْ يُسْأَلُونَ (23) أَمِ اتَّخَذُوا مِن دُونِهِ آلِهَةً ۖ قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ ۖ هَٰذَا ذِكْرُ مَن مَّعِيَ وَذِكْرُ مَن قَبْلِي ۗ بَلْ أَكْثَرُهُمْ لَا يَعْلَمُونَ الْحَقَّ ۖ فَهُم مُّعْرِضُونَ (24)** [2]

أيضا يبرز أهمية المحاججة العقلية في دعوات النص القرآني المتكررة والواضحة إلى استخدام العقل، التدبر وإعمال التفكير، ومن النماذج المتكررة ذات الصلة، وجدنا:

- ورود "**أَفَلَا تَعْقِلُونَ**" في عدة مواضع على غرار ما جاء في الآيات: 44 من سورة البقرة، 65 من سورة آل عمران، 32 من سورة الأنعام، 169 من سورة الأعراف، 16 من سورة يونس، 51 من سورة هود، 109 من سورة يوسف، الآيتين 10 و67 من سورة الأنباء، 80 مو سورة المؤمنون، 60 من سورة القصص، 138 من سورة الصافات،
- وورود "**لَعَلَّكُمْ تَعْقِلُون** " في الآيتين: 73 و242 من سورة البقرة ، الآية 151 من سورة الأنعام، الآية 2 من سورة يوسف، 61 من سورة النور، 3 من سورة الزخرف، 17 من سورة الحديد، 67 من سورة غافر.

---

*– المقصود بالمهيلكة أن هناك أساليب فرعية تتهيكل ضمنها وتتفرع عنها على غرار استخدام أساليب لغوية معينة، فالمحاججة العقلية مثلا تستوجب استخدام ألفاظ وبنية لغوية معينة وهكذا..

[1]– الأبنياء 58– 67.

[2]– سورة الأنبياء. الآيات 19–24.

- ورود "إِن كُنتُمْ **تَعْقِلُونَ**" في الآية 118 من سورة آلا عمران والآية 28 من سورة الشعراء في الآية 62 من يس وردت الصيغة " أَفَلَمْ تَكُونُوا **تَعْقِلُونَ**".
- ورود "**أَفَلَا يَتَدَبَّرُونَ** الْقُرْآنَ" في الآيتين 82 من سورة النساء والآية 24 من سورة محمد و "أَفَلَمْ **يَدَّبَّرُو**" في الآية 68 من سورة المؤمنون والآية الكريمة "كِتَابٌ أَنزَلْنَاهُ إِلَيْكَ مُبَارَكٌ **لِّيَدَّبَّرُوا** آيَاتِهِ وَلِيَتَذَكَّرَ أُولُو الْأَلْبَابِ"[1] التي نجد فيها " **لِّيَدَّبَّرُوا**" و"أُولُو الْأَلْبَابِ ".
- ورود "**يَتَفَكَّرُونَ**" في الآيات: 176 من سورة الأعراف، 24 من سورة يونس، 3 من سورة الرعد، 11 من سورة النحل، 44 من سورة النحل، 69 من سورة النحل ، 21 من سورة الروم، 42 من سورة الزمر، 13 من سورة الجاثية، 21 من سورة الحشر، ورود "**تَتَفَكَّرُونَ**" في الآيات: 219 و266 من سورة البقرة، 191 من سورة آل عمران، 50 من سورة الأنعام، وأيضا ورود "أَوَلَمْ **يَتَفَكَّرُوا**" في الآيتين 184 من سورة الأعراف و 8 من سورة الروم.

وبشكل عام، نتلمس في القرآن الكريم اعتماده على منطق سليم وحجج قطعية، فلا محل للحجج الظنية ولم يثبت رغم مضي مئات السنين على نزول القرآن الكريم انكار أو نفي قطعي لحججه وبراهينه، فهي غير قابلة للدحض في وقت تنزيلها وما بعده، وهو ما يقودنا إلى أسلوب اقناعي آخر.

- **أسلوب الإعجاز:**

اعتمد القرآن الكريم على مستوى ثان من الاقناع، فزيادة على التبيين والحجج العقلية، بقي من الناس من يشكك ويكذب في البعث وفي التنزيل مثلا، ولدرأ الشك باليقين نجد أسلوب الاعجاز موظفا بشكل لافت، بحيث يقوم هذا الأسلوب على اعجاز المكذبين والمشككين والكفار بالاعتماد على الاثبات أو الدحض، وفيما يلي نقف عند شواهد استخدام هذا الأسلوب:

بداية بين –الله عز وجل– أن القرآن "**تَنزِيلٌ مِّن رَّبِّ الْعَالَمِينَ**"[2]، وأكد على ذلك لغويا من خلال التوكيد في قوله "**وَإِنَّهُ لَتَنزِيلُ رَبِّ الْعَالَمِينَ**"[3]. كما أكدت العديد من الآيات ذلك في مواضع وسياقات شتى نذكر منها: **"تَنزِيلُ الْكِتَابِ لَا رَيْبَ فِيهِ مِن رَّبِّ الْعَالَمِينَ"**[4]، **"بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ تَنزِيلُ الْكِتَابِ مِنَ اللَّهِ الْعَزِيزِ الْحَكِيمِ"**[5]، **"تَنزِيلُ الْكِتَابِ مِنَ اللَّهِ الْعَزِيزِ**

[1]– سورة ص. الآية 29.
[2]– سورة الحاقة. الآية 43.
[3]– سورة الشعراء. الآية 192.
[4]– سورة السجدة. الآية 2.
[5]– سورة الزمر. الآية 1.

مجلة المعيار ISSN :1112-4377
مجلد:28 عدد:1 (رت 75) السنة: 2024

الْعَلِيمِ"[1]، "**تَنزِيلُ الْكِتَابِ مِنَ اللَّهِ الْعَزِيزِ الْحَكِيمِ**"[2]، "**إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْقُرْآنَ تَنزِيلًا**"[3] ، "**وَقُرْآنًا فَرَقْنَاهُ لِتَقْرَأَهُ عَلَى النَّاسِ عَلَىٰ مُكْثٍ وَنَزَّلْنَاهُ تَنزِيلًا**"[4] و"**الر ۚ كِتَابٌ أُحْكِمَتْ آيَاتُهُ ثُمَّ فُصِّلَتْ مِن لَّدُنْ حَكِيمٍ خَبِيرٍ**"[5].

ورغم كل ما سبق من بيان وتأكيد، فقد أثبت القرآن الكريم صدق البعث والرسالات، فعلاوة على المحاججة العقلية، خص الله الأنبياء والمرسلين بالمعجزات اثباتا وتعزيزا لرسالتهم. ومن المعجزات التي يوردها النص القرآني:

ما خص الله به "داوود" و"سليمان" عليهما السلام "**وَلَقَدْ آتَيْنَا دَاوُودَ مِنَّا فَضْلًا ۖ يَا جِبَالُ أَوِّبِي مَعَهُ وَالطَّيْرَ ۖ وَأَلَنَّا لَهُ الْحَدِيدَ** (10) **أَنِ اعْمَلْ سَابِغَاتٍ وَقَدِّرْ فِي السَّرْدِ ۖ وَاعْمَلُوا صَالِحًا ۖ إِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ (11) وَلِسُلَيْمَانَ الرِّيحَ غُدُوُّهَا شَهْرٌ وَرَوَاحُهَا شَهْرٌ ۖ وَأَسَلْنَا لَهُ عَيْنَ الْقِطْرِ ۖ وَمِنَ الْجِنِّ مَن يَعْمَلُ بَيْنَ يَدَيْهِ بِإِذْنِ رَبِّهِ ۖ وَمَن يَزِغْ مِنْهُمْ عَنْ أَمْرِنَا نُذِقْهُ مِنْ عَذَابِ السَّعِيرِ (12)**"[6].

وما خص به "موسى عليه السلام كما نتبينه في قوله تعالى: "**وَمَا تِلْكَ بِيَمِينِكَ يَا مُوسَىٰ (17) قَالَ هِيَ عَصَايَ أَتَوَكَّأُ عَلَيْهَا وَأَهُشُّ بِهَا عَلَىٰ غَنَمِي وَلِيَ فِيهَا مَآرِبُ أُخْرَىٰ (18) قَالَ أَلْقِهَا يَا مُوسَىٰ (19) فَأَلْقَاهَا فَإِذَا هِيَ حَيَّةٌ تَسْعَىٰ (20) قَالَ خُذْهَا وَلَا تَخَفْ ۖ سَنُعِيدُهَا سِيرَتَهَا الْأُولَىٰ (21) وَاضْمُمْ يَدَكَ إِلَىٰ جَنَاحِكَ تَخْرُجْ بَيْضَاءَ مِنْ غَيْرِ سُوءٍ آيَةً أُخْرَىٰ (22) لِنُرِيَكَ مِنْ آيَاتِنَا الْكُبْرَى** (23)"[7].

وأيضا ما خص به "عيسى" عليه السلام "**إِذْ قَالَ اللَّهُ يَا عِيسَى ابْنَ مَرْيَمَ اذْكُرْ نِعْمَتِي عَلَيْكَ وَعَلَىٰ وَالِدَتِكَ إِذْ أَيَّدتُّكَ بِرُوحِ الْقُدُسِ تُكَلِّمُ النَّاسَ فِي الْمَهْدِ وَكَهْلًا ۖ وَإِذْ عَلَّمْتُكَ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَالتَّوْرَاةَ وَالْإِنجِيلَ ۖ وَإِذْ تَخْلُقُ مِنَ الطِّينِ كَهَيْئَةِ الطَّيْرِ بِإِذْنِي فَتَنفُخُ فِيهَا فَتَكُونُ طَيْرًا بِإِذْنِي ۖ وَتُبْرِئُ الْأَكْمَهَ وَالْأَبْرَصَ بِإِذْنِي ۖ وَإِذْ تُخْرِجُ الْمَوْتَىٰ بِإِذْنِي ۖ وَإِذْ كَفَفْتُ بَنِي إِسْرَائِيلَ عَنكَ إِذْ جِئْتَهُم بِالْبَيِّنَاتِ**"[8].

وخص رسوله "محمد" (صلى الله عليه وسلم) بالقرآن الكريم "**قُل لَّئِنِ اجْتَمَعَتِ الْإِنسُ وَالْجِنُّ عَلَىٰ أَن يَأْتُوا بِمِثْلِ هَٰذَا الْقُرْآنِ لَا يَأْتُونَ بِمِثْلِهِ وَلَوْ كَانَ بَعْضُهُمْ لِبَعْضٍ ظَهِيرًا**"[9].

وفي المقابل طالب المكذبين والمشككين والكفار بأن يأتوا بكتابهم ودليلهم وحججهم "**فَأْتُوا بِكِتَابِكُمْ إِن كُنتُمْ صَادِقِينَ**"[1]، بل وأعجزهم عن الاتيان بمثل ما أنزل الله "**إِن كُنتُمْ فِي رَيْبٍ مِّمَّا نَزَّلْنَا عَلَىٰ عَبْدِنَا فَأْتُوا بِسُورَةٍ مِّن مِّثْلِهِ وَادْعُوا شُهَدَاءَكُم مِّن دُونِ**

[1]– سورة غافر. الآية 2.
[2]– سورة الجاثية. الآية 2.
[3]– سورة الانسان. الآية 23.
[4]– سورة الإسراء. الآية 106.
[5]– سورة هود. الآية 1.
[6]– سورة سبأ. الآيا : 10-12.
[7]– سورة طه. الآيات: 17-23.
[8]– سورة المائدة. الآية 110.
[9]– سورة الإسراء. الآية 88.

اللَّهِ إِن كُنتُمْ صَادِقِينَ (23) فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا وَلَن تَفْعَلُوا فَاتَّقُوا النَّارَ الَّتِي وَقُودُهَا النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ ۖ أُعِدَّتْ لِلْكَافِرِينَ (24)"[2].

- **الأسلوب القصصي:**

يعتمد القرآن الكريم على الأسلوب القصصي بشكل واسع، فقد جعل الله ثلث القرآن قصصا فلا تكاد تخلو سورة من القصص ولا تكاد تخلو سورة منها، وقصص القرآن أخبار عن الأمم الماضية والنبوات السابقة والحوادث الواقعة[3]

ويعتبر الأسلوب القصصي أسلوبا اقناعيا "فعالا" وصفه "فايز عزيز علي قادر" بأنه "طريق نجاح" لايصال أخبار الأمم السابقة وايصال رسالات الرسل[4]. ويمتاز هذا الأسلوب بعدد من الخصائص وسيما وضع المتلقي في السياقات المختلفة التي تساعد على ادراك المواقف والفهم المنطقي، ولعل ذلك نتلمسه في قوله تعالى "**فَاقْصُصِ الْقَصَصَ لَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ**" [5] والتثبيت النفسي والتذكير "**وَكُلًّا نَّقُصُّ عَلَيْكَ مِنْ أَنبَاءِ الرُّسُلِ مَا نُثَبِّتُ بِهِ فُؤَادَكَ ۚ وَجَاءَكَ فِي هَٰذِهِ الْحَقُّ وَمَوْعِظَةٌ وَذِكْرَىٰ لِلْمُؤْمِنِينَ**"[6] وأخذ العبرة "**لَقَدْ كَانَ فِي قَصَصِهِمْ عِبْرَةٌ لِّأُولِي الْأَلْبَابِ**"[7].

ويبرز الباحث "فايز" بعض خصائص القصة القرآنية المتمثلة في تمتعها بسياقات مشتملة على اجابات وافية ومجردة مما يمكن أن يعترض التفكير مستدلا في بقصة أهل الكهف المشتملة على عناصر حول "ماذا؟ من؟ متى؟ أين؟" مكونات من اجابات، أيضا أصالة الموضوعات وأحداث القصص وبعدها عن الخرافات والأساطير والأكاذيب كما جاء في قوله تعالى في ذات السورة " **نَّحْنُ نَقُصُّ عَلَيْكَ نَبَأَهُم بِالْحَقِّ**"[8] وفي سورة أخرى " **إِنَّ هَٰذَا لَهُوَ الْقَصَصُ الْحَقُّ ۚ وَمَا مِنْ إِلَٰهٍ إِلَّا اللَّهُ**"[9]، فضلا عن الايجاز الاعجازي فتصنع –حسبه– العجائب من الايجاز والوساطة والتكرار في جميع أجزاء السرد القصصي[10].

1– سورة الصافا. الآية 157.

2– سورة البقرة. الآيتين: 23-24.

3– السعيد شعبان الدسوقي ابراهيم. الأسلوب القصصي وتوظيفه في الخطاب الدعوي. كلية أصول الدين والدعوة. جامعة الأزهر. المنوفية. 2014. ص29. متاح على الرابط: https://bfdm.journals.ekb.eg/article_10028_f2641be0557bf4cacc64b57722cba0e2.pdf

4- فايز عزيز علي قادر. أسلوب القصص القرآني. في: المجلة الأمريكية الدولة للعلوم الانسانية والاجتماعية. الأكاديمية الأمريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب. العدد 15.2023.

5– سورة الأعراف. الآية 176.

6– سورة هود. الآية 120.

7– سورة يوسف. الآية 111.

8– سورة الكهف. الآية 13.

9– سورة آل عمران. الآية 62.

10– فايز عزيز علي قادر. مرجع سبق ذكره.

ويمكن -في الحقيقة- رصد العديد من الخصائص المختلفة المقنعة بالقصص وما جاء في القرآن ككل، منها ما هو جمالي في تعامل النص القرآني مع الأحداث، الشخصيات والحوار ، الزمان والمكان في قصتي "ابراهيم"[1] و"يوسف"[2] عليهما السلام، ومنها ما يتمتع يتمتع به من سمات أسلوبية دلالية وتركيبية وصوتية[3] ومنها ما هو بنائي وبنيوي على غرار ما أبرزه الباحث "يوسف سليمان" من بناء متتابع، متداخل، متوازي، دائري، مكرر ومضمن للقصة القرآنية[4]:

بحيث يتجلى التتابع في تماسك حلقات القص بارتباط اللاحق بالسابق منها وتماسكها وترابطها الذي ينشئ منطلق بنيتها. ويتجلى التداخل في عدم ترتيب الأحداث بتتابع مستقل في الزمان لكن زمن الأحداث يتداخل فيتقدم المستقبل على الماضي أو الحاضر على الماضي. في حين يتجلى التوازي في توزع الحدث على محورين أو أكثر تتوازى أفعاله في زمن وقوعها أو تتباعد في أماكنها وتبقى هذه المحاور نامية متطورة بشخصياتها إلى أن تلتقي في الخاتمة وهو أمر أطلق عليه "تودوروف" تسمية "البناء المتناوب"، فتتعدد الوقائع وتعدد الأمكنة وتتباعد. أما البناء الدائري فيظهر في سرد القصة من نقطة متأخرة والعودة للوراء من أجل عرض تفاصيل القصة إلى أن تصل للنهاية التي تبدأ منها . ومن جهته التكرار، فنقف عليه في تعدد رواية الحدث وما يميزه من فنية وموضوعية ومراعاة اعتبار الحدث وتنوع الأسلوب والتفنن في التصوير. وأخيرا، يتجلى البناء المضمن في ادخال قصة في قصة وما يتيحه ذلك من أشكال اشتغال صيغ الخطاب في تداخلها وتقاطعها في علاقة ذلك بالمحكي.

وبشكل عام، يتمتع النص القرآني بخصائص وأساليب إقناعية متعددة ومتنوعة، فالتكرار مثلا الذي يعتبر عند البلاغيين تواترا في الأبيات أو الجمل وهو ظاهرة طبيعية موجودة في كل لغة قد تلاحظ على مستوى الحروف أو الكلمات أو المعاني. فالكلام الانساني بطبعه قد يحتوى فائضا يمكن الاستغناء عنه دون أن يخل ذلك على الرسالة (الايجاز دون عجز).[5] لكن التكرار في القصة القرآنية —كما تبرزه إحدى الدراسات- "ضرب من ضروب البلاغة البيانية التي تعدد وتتنوع دون أن يصيبها اعتوار أو اضطراب تعبيري وإنما تزداد جمالا في سرد الحدث وفي روعة القصة.[6]"

وكل ما سبق بيانه يجعل القصة كأسلوب دعوي لها أهمية وتأثير للعديد من الأسباب، أهمها اشتمالها على التشويق والإثارة ولفت الانتباه، كونها وسيلة متميزة للتوجيه غير المباشر، ولها قدرتها على التأثير في مختلف الأعمار، فضلا عن فعاليتها في التغيير[7].

---

[1]- بان حميد فرحان. جمالية القصة القرآنية قصية سيدنا ابراهيم عليه السلام أنموذجا (دراسة تحليلية). مجلة كلية التربية الأساسية. المجلد 20. العدد 82. 2014 ص-ص: 231-244.

[2]- بان حميد فرحان. جمالية القصة القرآنية قصة سيدنا يوسف عليه السلام أنموذجا. مجلة كلية الآداب العدد 101. 2012. ص335.

[3]- يوسف سليمان الطحان. السمات الأسلوبية في الرقصة القرآنية. مجلة كلية التربية الأساسية. المجلد 10. العدد 3. 2011. ص 205.

[4]- يوسف سليمان الطحان. البناء الزمني للأحداث في القصة القرآنية. مجلة كلية العلوم الاسلامية. المجلد الثاني. العدد الثالث. 2008.

[5]- حفيظة عبداوي. أسلوب التكرار في القصة القرآنية. رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الأدب. جامعة أبي بكر بلقايد. 2001. ص-ص: 27-29. 29.

[6]- المرجع السابق .ص331.

[7]- السعيد شعبان الدسوقي ابراهيم. مرجع سبق ذكره. ص-ص: 54-65.

- **أسلوب المثل:**

تعتبر الأمثال –حسب ما يورده الفياض" وعاء حكمة الأمم وخزائن تجاربها ووسيلة من أهم وسائل حفظ التجارب والحكم وتناقلها، وهي أيضا من أدق اساليب التعبير وأوجزها وأبلغها تأثيرا في النفوس، لذلك اعتبرتها العرب جزء من أهم أجزاء ديوانها، وأمثال القرآن الكريم توصف أنها مظهر من مظاهر بلاغته ودقة تصويره الفني و"سحر" أسلوبه، وعد أيضا علما من علوم القرآن[1].

ويعد المثل أسلوبا قرآنيا بامتياز، فنتبين من القرآن الكريم الاعتماد الواسع على هذا الأسلوب من خلال الآية الكريمة "**وَلَقَدْ صَرَّفْنَا فِي هَٰذَا الْقُرْآنِ لِلنَّاسِ مِن كُلِّ مَثَلٍ**"[2]، فهو يدفع للتفكير ويحث على التفكر والتدبر كما نستشفه من الآية "**تلك الْأَمْثَالُ نَضْرِبُهَا لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ**"[3]، وهو أيضا أسلوب للحوار والرد والبيان كما نتبينه من الآية "**وَلَا يَأْتُونَكَ بِمَثَلٍ إِلَّا جِئْنَاكَ بِالْحَقِّ وَأَحْسَنَ تَفْسِيرًا**"[4].

ويبدو أن هذا الأسلوب يمثل مستوى آخر من أساليب الاقناع، فهي كما جاء في النص القرآني "**وَتِلْكَ الْأَمْثَالُ نَضْرِبُهَا لِلنَّاسِ ۖ وَمَا يَعْقِلُهَا إِلَّا الْعَالِمُونَ** "[5]. أي أنها تستوجب علما ليعقلها الناس، الأمر الذي يجعلنا نقدر أن المثل وإن كان بسيطا في ظاهره فهو عميق في أبعاده العلمية والمعرفية على غرار ما نقف عليه في الآية الآتية: "**وَضَرَبَ لَنَا مَثَلًا وَنَسِيَ خَلْقَهُ**"[6]. فقد نتوقف للوهلة للوهلة الأولى عند النسيان وضرورة استحضار أن الله هو الخالق لكن العلم بالخلق يبدو رغم انقضاء ما يزيد عن 13 قرنا ورغم ما بلغه التقدم العلمي غير مؤهل بعد للاحاطة بفهم المثل الذي أورده القرآن. ونقف على ذلك مرة أخرى في النص القرآني من خلال تمثيل نور الله (حقيقة غير مدركة علميا) والربط بين الأمثال وعلم الله هذه المرة "**اللَّهُ نُورُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ ۚ مَثَلُ نُورِهِ كَمِشْكَاةٍ فِيهَا مِصْبَاحٌ ۖ الْمِصْبَاحُ فِي زُجَاجَةٍ ۖ الزُّجَاجَةُ كَأَنَّهَا كَوْكَبٌ دُرِّيٌّ يُوقَدُ مِن شَجَرَةٍ مُّبَارَكَةٍ زَيْتُونَةٍ لَّا شَرْقِيَّةٍ وَلَا غَرْبِيَّةٍ يَكَادُ زَيْتُهَا يُضِيءُ وَلَوْ لَمْ تَمْسَسْهُ نَارٌ ۚ نُّورٌ عَلَىٰ نُورٍ ۗ يَهْدِي اللَّهُ لِنُورِهِ مَن يَشَاءُ ۚ وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ ۗ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ** "[7]

- **أسلوب التدرج:**

---

[1] –محمد جابر الفياض. الأمثال في القرآن الكريم. المعهد العالمي للفكر الاسلامي. سلسلة الرسائل الجامعية. العدد 12. 1981. فرجينيا. الولايات المتحدة الأمريكية. ص ص: 9-10.

[2] – سورة الكهف. الآية 54.

[3] – سورة الحشر. الآية 21.

[4] – سورة الفرقان. الآية 33.

[5] – سورة العنكبوت. الآية 43.

[6] – سورة يس. الآية 78.

[7] – سورة النور. الآية 35.

يعد أسلوب التدرج من الأساليب القرآنية البارزة التي نتلمسها في نزول القرآن في حد ذاته، وفي ذلك مجموعة من الحكم منها ما ورد في سورة الفرقان "**وقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَوْلَا نُزِّلَ عَلَيْهِ الْقُرْآنُ جُمْلَةً وَاحِدَةً ۚ كَذَٰلِكَ لِنُثَبِّتَ بِهِ فُؤَادَكَ ۖ وَرَتَّلْنَاهُ تَرْتِيلًا**"[1]، "فمن مقاصد نزول القرآن مفرقاً تثبيت قلب النبي صلى الله عليه وسلم ومواساته، لما ينتابه من مشقة تبليغ الرسالة وما يلاقيه من عنت المشركين وصدهم، فكان القرآن ينزل عليه بين الحين والآخر تثبيتًا له وإمدادًا لمواجهة ما يلاقيه من قومه"[2]. وإذا ركزنا على الأمر من زاوية الاقناع، نتبين مراعاة المُبلغ (الرسول) ولكن أيضا الاقناع بالرسالة، فالتدرج والمرحلية تحقق الاقناع خصوصا وأن التنزيل كان ردا على استفهامات وهو ما نتلمسه في الآية "**وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تِبْيَانًا لِّكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً وَبُشْرَىٰ لِلْمُسْلِمِينَ** "[3] وعلى التشكيكات كما تبينه الآية "**وَلَا يَأْتُونَكَ بِمَثَلٍ إِلَّا جِئْنَاكَ بِالْحَقِّ وَأَحْسَنَ تَفْسِيرًا**"[4]. وبكل تأكيد فإن سيرورة الاقناع تتطلب تدرجا وحسن قراءة وتدبر وهو ما نقف عليه في الآية:" **وَقُرْآنًا فَرَقْنَاهُ لِتَقْرَأَهُ عَلَى النَّاسِ عَلَىٰ مُكْثٍ وَنَزَّلْنَاهُ تنزيلًا** "[5].

ومن أمثلة التدرج في الاقناع تحريم الخمر، فتدرج القرآن الكريم من ترجيح المضار على المنافع "**يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ ۖ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِن نَّفْعِهِمَا**"[6] إلى التحريم عند الصلاة "**يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقْرَبُوا الصَّلَاةَ وَأَنتُمْ سُكَارَىٰ حَتَّىٰ تَعْلَمُوا مَا تَقُولُونَ**"[7] إلى التحريم "**يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ**"[8].

عموما، يمكن ايراد أمثلة ونماذج أخرى من النص القرآني تبرز في مجملها أهمية هذا الأسلوب ودوره في الاقناع.

- **أسلوب الحصر والإدراج:**

يلاحظ أن النص القرآني يحدد من المقصود بالرسالة، فيتوجه في مرات للناس كافة على غرار استخدام التعبير " **يَا أَيُّهَا النَّاسُ**" وفي مرات أخرى للمؤمنين "**يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا**"، وفي ومرات أخرى لأهل الكتاب "**يا أَهْلَ الْكِتَابِ**". كما يبين القرآن نماذج عن التوجه إلى الأنبياء والرسل بالاسم على صورة " **يَا زَكَرِيَّا**" (مريم:7) و" **يَا يَحْيَى**" (مريم: 12) أو بالصفة "**يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ**"

---

[1]– سورة الفرقان. الآية 32.

[2]– اسلام ويب. الحكمة من نزول القرآن مفرقا. متاح على الرابط: https://www.islamweb.net/ar/article/10155/ تاريخ الزيارة: 2023/11/06

[3]– سورة النحل. الآية 89.

[4]– سورة الفرقان. الآية 33.

[5]– سورة الاسراء. الآية 106.

[6]– سورة البقرة. الآية 219.

[7]– سورة النساء. الآية 43.

[8]– سورة المائدة. الآية 90.

مجلة المعيار ISSN :1112-4377
مجلد:28 عدد:1 (رت 75) السنة: 2024

(الأحزاب: 45)، "**يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ**" (المائدة: 67)، وحتى التوجه لأهلهم كما نقف عليه مثلا في الآية "**يَا نِسَاءَ النَّبِيِّ مَن يَأْتِ مِنكُنَّ بِفَاحِشَةٍ مُّبَيِّنَةٍ يُضَاعَفْ لَهَا الْعَذَابُ ضِعْفَيْنِ**"[1] .

ويتبين مما سبق أن هناك حصرا للمقصودين بالرسالة، ومن يندرج ضمن هذا الحصر له خصائصه، وتبعا لذلك تأتي موجبات الاقناع وتتباين أساليب الاقناع لفظا ووصفا ودلالة، فقد بين النص القرآني تمييز الله لنساء الرسول فكان الخطاب الموجه لهم تخصيصا وتمييزا عن غيرهم "**يَا نِسَاءَ النَّبِيِّ لَسْتُنَّ كَأَحَدٍ مِّنَ النِّسَاءِ ۚ إِنِ اتَّقَيْتُنَّ**" ليبين النص القرآني في تتمة الآية والآيتين المواليتين بعض الاعتبارات وما ينبغي لهن "**فَلَا تَخْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقُلْنَ قَوْلًا مَّعْرُوفًا (32) وَقَرْنَ فِي بُيُوتِكُنَّ وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِيَّةِ الْأُولَىٰ ۖ وَأَقِمْنَ الصَّلَاةَ وَآتِينَ الزَّكَاةَ وَأَطِعْنَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ ۚ إِنَّمَا يُرِيدُ اللَّهُ لِيُذْهِبَ عَنكُمُ الرِّجْسَ أَهْلَ الْبَيْتِ وَيُطَهِّرَكُمْ تَطْهِيرًا (33) وَاذْكُرْنَ مَا يُتْلَىٰ فِي بُيُوتِكُنَّ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ وَالْحِكْمَةِ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ لَطِيفًا خَبِيرًا (34)** "[2]

أيضا نلمس أن الأسلوب الاقناعي واللغوي يتباين حسب المقصودين بالخطاب، ففي الآيات الموجهة للمنافقين مثلا، يأخذ أسلوب الاقناع منحى مختلف على غرار قوله "**قُلْ نَارُ جَهَنَّمَ أَشَدُّ حَرًّا ۚ لَّوْ كَانُوا يَفْقَهُونَ**" [3] .

5. خاتمة:

إن تدارس النص القرآني يسمح بالوقوف على ثراء "هائل" في الأساليب الإقناعية، فهناك تعدد وتنوع وفرص متعددة المستويات لإدراك، فهم واستخلاص الأساليب الإقناعية. من جهتنا حاولنا تجميع كم معرفي على نحو تحليلي والاستناد بالدرجة الأولى على النص القرآني في تحديد هذه الأساليب ومحاولة تصنيفها.

وبكل تأكيد يظل هذا المقال والبحث عبارة عن محاولة جد متواضعة للاستفادة من هذا النص وما يحمله من أساليب لافتة يمكن الاستفادة منها في التنظير للإقناع ولدراسات التأثير وإثراء المعارف العلمية المتاحة حاليا والتي تظل في مجملها ذات منشأ غربي. ففي مجال أساليب الاقناع، محل الدراسة، سبق الاشارة إلى أن أصل الاهتمام بالإقناع وأبحاثه ارتبطت أساسا باحتياجات تجارية ومحطات سياسية واستحقاقات انتخابية، وهي في مجملها أسباب مادية تعبر عن النظرة الغربية وربما "الأداتية" للعلم.

في المقابل، يسمح الانطلاق من تدارس النص القرآني بالاستناد على مرجعيات أخرى ويفتح آفاقا اضافية لفهم الاقناع وأساليبه في سياقات تأخذ بعين الاعتبار أيضا مرجعيات اسلامية وخلفيات ثقافية تؤمن بالغيبيات ولا تلغيها في فهم مختلف الظواهر الاتصالية، ففي ذلك تجاوز لعالم "المشهودات" و"الملموس" و"المادي" الذي يرتبط به الغرب ك"ايديولوجية علمية".

وفي تقديرنا، فإن القرآن الكريم يحتاج لدراسات أكبر وأوسع من قبل المختصين في علوم الاعلام والاتصال لما له من آفاق مهمة في تطوير هذا التخصص والتأسيس لنظريات ومرجعيات من شأنها اثراء العلم والمعرفة في التخصص قد لا تنطلق بالضرورة من الفرضيات والنظريات المتاحة، فالانطلاق من نفس المقدمات يفترض أن يوصل إلى نفس النتائج وفق التصور السببي، وفي المقابل

[1] – سورة الأحزاب. الآية 30.

[2] – سورة الأحزاب. الآية 32.

[3] – سورة التوبة. الآية 81.

فإن تغيير المداخل والمرجعيات كمقدمات للبحث يفترض أن يوصل إلى نتائج أخرى تثري العلم والمعرفة. ومن المؤكد أن مسح تراث علماء المسلمين قبل مرحلة التأثر بالفكر الغربي من أمثال الغزالي وابن الجوزي وابن تيمية وابن القيم وغيرهم كفيل بالكشف عن جوانب أصيلة في الفكر الإسلامي من شأنها المساهمة في اثراء تخصص علوم الإعلام والاتصال بشكل عام والمواضيع المتصلة به، فنحتاج العودة للتراث المعرفي العربي وفهمه وأيضا إفهامه وفق تصورات ومفاهيم هذا العصر.

6. قائمة المصادر والمراجع:

- القرآن الكريم.
- ابتسام ضغيور. الأساليب الحجاجية والإقناعية في القرآن الكريم. مجلة الآداب واللغات. العدد 24. 2017. https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/416/17/1/91048
- السعيد شعبان الدسوقي ابراهيم. الأسلوب القصصي وتوظيفه في الخطاب الدعوي. مستلة حولية كلية أصول الدين والدعوة، جامعة الأزهر. المنوفية. العدد 33. 2014. متاح على الرابط: https://bfdm.journals.ekb.eg/article_10028_f2641be0557bf4cacc64b57722cba0e2.pdf
- اسلام ويب. الحكمة من نزول القرآن مفرقا. متاح على الرابط: https://www.islamweb.net/ar/article/10155/ تاريخ الزيارة: 2023/11/06
- بان حميد فرحان. جمالية القصة القرآنية –قصة سيدنا يوسف عليه السلام أنموذجا. مجلة كلية الآداب العدد 101. 2012.
- بان حميد فرحان. جمالية القصة القرآنية– قصة سيدنا ابراهيم عليه السلام أنموذجا (دراسة تحليلية). مجلة كلية التربية الأساسية. المجلد 20. العدد 82. 2014.
- تفسير ابن كثير. ص 318.متاح على الرابط : http://quran.ksu.edu.sa/tafseer/katheer/sura20-aya98.html تاريخ الزيارة: 2023/11/7
- حفيظة عبداوي. أسلوب التكرار في القصة القرآنية. رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الأدب. جامعة أبي بكر بلقايد. 2001.
- عبد الكريم حاقة. آليات الاقناع في القرآن الكريم: دراسة لنماذج لغوية وبلاغية مختارة. في مجلة الشهاب. المجلد 8. العدد 1. 2022.
- علي قسايسية. المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي: دراسة تحليلية نقدية لدراسات الجمهور في الجزائر. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال. جامعة الجزائر 3. 2007.

- فايز عزيز علي قادر. أسلوب القصص القرآني. في: المجلة الأمريكية الدولة للعلوم الانسانية والاجتماعية. الأكاديمية الأمريكية الدولية للتعليم العالي والتدريب. العدد 15.2023.
- محمد جابر الفياض. الأمثال في القرآن الكريم. المعهد العالمي للفكر الاسلامي. سلسلة الرسائل الجامعية. العدد 12. 1981. فرجينيا. الولايات المتحدة الأمريكية. ص ص: 9-10.
- محمد علي الياسينو. أساليب الدعوة والتبليغ في رسائل النور. في مجلة رسائل النور. المجلد 5.العدد1. 2022.
- معتصم بابكر مصطفى. أساليب الاقناع في القرآن الكريم. سلسلة كتاب الأمة. وزارة الأوقاف والشؤون الاسلامية. العدد 95. الدوحة. قطر. 2003.
- يوسف سليمان الطحان. البناء الزمني للأحداث في القصة القرآنية. مجلة كلية العلوم الاسلامية. المجلد الثاني. العدد الثالث. 2008.
- يوسف سليمان الطحان. السمات الأسلوبية في القصة القرآنية. مجلة كلية التربية الأساسية. المجلد 10. العدد 3. 2011.

- Adrienne Shaw , Katherine Sender, Patrick Murphy. Critical Audience Studies. In : Communication. Published online: 20 November 2018, Retrieved from : https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.619
- Alain Deneault, *La médiocratie*. Collection : Lettres libres. LUX ÉDITEUR. Montréal. 2015.
- Cambridge Dictionary. Effect. Retrieved from : https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/effect on Nov 2023, 7.
- Éric Dacheux (dir). Les sciences de l'information et de la communication. Les essentiels d'Hermès. CNRS Éditions. Paris. 2009.
- James B. Stiff and Paul A. Mongeau. Persuasive Communication. 2nd Edition. Guilford Press. New York/London. 2002.
- James B. Stiff and Paul A. Mongeau. Persuasive Communication. Third Edition. The Guilford Press. New York/London. 2016.
- Pierre Mœglin**.** Une théorie pour penser les industries culturelles et informationnelles ? In : Revue Française des sciences de l'information et de la communication. N1. 2012. DOI : http://rfsic.revues.org/130
- Patrck Charoudeau. Les médias et l’information. 1ère édition. Édition De Boech université. Bruxelles. 2005.
- Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson, and Hazel Gaudet. The people’s choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign. New York: Duell, Sloan, and Pearce, 1944..
- Paul F. Lazersfeld, Harry Field. The people look at radio. National Opinion Research Center. 1946.
- Upreti, Yadu & Sharma, Prakash. Persuasive communication strategy as a guiding theoretical framework to positive health behavior change. Welhams Academic journal. 58. 2022.
- world population review. Muslim Population by Country 2023. Retrieved from: https://worldpopulationreview.com/country-rankings/muslim-population-by-country on Nov 7, 2023.